

# MODEL PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN TELEKOMUNIKASI SELULER

Oleh:

Nursya'bani Purnama

Email: nursyabanipurnama@yahoo.co.id

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

## ABSTRACT

*This study aims to identify the dimensions and quality attributes of mobile telecommunications services that need improvement in order to support the achievement of customer satisfaction. The object of this study is the Service of PT Indosat Tbk Yogyakarta. The instrument used in this study is a modified SERVQUAL questionnaire, namely: tangibles, reliability, responsiveness, empathy, assurance, network aspect, and convenience. The population in this study is that consumers who have used the services of mobile telecommunications PT Indosat Tbk. Model of service quality improvement used in this study was adopted from model of Importance-Satisfaction (I-S).*

*The results of this study showed that the quality of mobile telecommunications services in need of improvement is the convenience and reliability, while the dimensions of service quality that are in the good position is tangibles and network. The results of this study have practical implications for mobile telecommunications service providers in improving service performance and improve customer satisfaction.*

**Keywords:** *service quality, customer satisfaction, SERVQUAL modifications, the model of Importance-Satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Saat ini layanan telekomunikasi telah menjadi kebutuhan utama bagi siapa saja dan dimana saja. Setiap orang tanpa mengenal usia, setiap waktu seolah tidak mau kehilangan kesempatan untuk mengakses informasi, terlepas informasi itu penting atau hanya sekedar hiburan. Fenomena tersebut diperkuat oleh data jumlah pengguna telepon seluler (ponsel) yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Saat ini jumlah pengguna telepon seluler di Indonesia telah melebihi jumlah penduduk. Fakta tersebut terungkap dari data US Cencus Buraeu pada Januari 2014 bahwa jumlah pengguna ponsel di Indonesia berkisar pada angka 281 juta, sementara jumlah penduduk Indonesia sekitar 250 juta jiwa (VIVAnews.com, 13 Juni 2014). Bahkan diperkirakan pada tahun depan (2015) jumlah total pengguna ponsel akan melampaui jumlah penduduk dunia sebagaimana disampaikan oleh Ericsson dalam riset yang berjudul *Ericsson Mobility Report* (Kompas.com, 4 Juni 2014). Lebih lanjut hasil riset tersebut menunjukkan bahwa saat ini sudah tercatat sekitar 7 miliar pengguna ponsel di seluruh dunia, sementara jumlah pengguna layanan ponsel tumbuh 7 persen setiap tahun. Hal itu berarti jumlah pengguna ponsel di dunia pada tahun 2015 akan mencapai 7,2 miliar.

Saat ini di Indonesia telah beroperasi 11 perusahaan operator telekomunikasi seluler dengan pangsa pasar terbesar berturut-turut: Telkomsel, XL Axiata, dan Indosat. Pertumbuhan jumlah pengguna ponsel yang tinggi di satu sisi akan menyuburkan lahan bisnis layanan telekomunikasi seluler, namun di sisi lain akan memaksa perusahaan layanan telekomunikasi seluler untuk memberikan layanan terbaik. Dengan demikian setiap perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan agar bisa memberikan kepuasan konsumen, mendorong loyalitas konsumen, dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil-hasil terdahulu tentang kontribusi kualitas layanan terhadap perusahaan telah dilakukan oleh banyak peneliti di berbagai negara. Arokiasamy dan Abdullah (2013) menunjukkan bahwa kualitas layanan telekomunikasi di Malaysia berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa layanan telekomunikasi di Malaysia masih belum berkualitas dan belum memuaskan konsumen. Hasil penelitian Hassan, *et al.* (2013) di Pakistan menunjukkan bahwa kualitas layanan dengan indikator *service fairness*, *service quality* dan *price fairness* memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Johnson dan Sirikit (2002) melakukan penelitian untuk membandingkan kualitas layanan antar perusahaan penyedia telekomunikasi di Thailand. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan antar perusahaan berbeda secara signifikan, demikian juga harapan konsumen. Hasil penelitian Wang, *et al.* (2004) menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen dan nilai-nilai konsumen perusahaan layanan telekomunikasi seluler di China.

Hasil survei Awesometric yang dikutip Erabaru.net (7 Agustus 2014) tentang akun media sosial yang aktif berkomunikasi dengan pengguna ponsel menunjukkan bahwa Telkomsel merupakan operator yang paling aktif, sedangkan esia paling tidak aktif. Walaupun Telkomsel dinilai paling aktif berkomunikasi, namun Telkomsel menempati posisi paling sering mengalami gangguan sinyal dan jaringan, sementara esia paling jarang mengalami gangguan. Telkomsel juga dipersepsikan memiliki koneksi internet paling buruk. Berkaitan dengan tarif, Indosat dipersepsikan paling mahal, namun tidak dipersoalkan oleh pelanggan, sedangkan XL Axiata menerapkan tarif paling murah.

Oleh karena itu, perusahaan layanan telekomunikasi seluler harus selalu melakukan pengukuran kualitas layanan agar menjadi pedoman dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Model pengukuran kualitas layanan yang paling banyak digunakan dan telah diadopsi secara luas pada berbagai industri jasa termasuk perusahaan telekomunikasi adalah model SERVQUAL (Hoffman dan Bateson, 2001; Tyran dan Ross, 2006). Namun beberapa peneliti menggunakan model SERVQUAL yang dimodifikasi disesuaikan dengan karakteristik obyek penelitian. Misalnya, Negi (2009) mengukur kualitas layanan telekomunikasi seluler di Ethiopia menggunakan model SERVQUAL yang dimodifikasi dengan tujuh dimensi, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, *network aspect*, dan *convenience*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan telekomunikasi masih lebih rendah dibanding harapan mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan telekomunikasi seluler di Ethiopia belum berkualitas dan belum memuaskan konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas layanan telekomunikasi seluler yang disediakan PT Indosat Tbk dan mengidentifikasi dimensi dan item kualitas layanan yang memerlukan perbaikan. Metode pengukuran kualitas layanan yang akan digunakan adalah model *importance-satisfaction* yang diusulkan Tonge dan Moore (2007). Dimensi kualitas

layanan yang digunakan mengadopsi dari modifikasi SERVQUAL yang telah diusulkan oleh Negi (2009). Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi praktis dan manajerial bagi Manajemen PT Indosat Tbk maupun perusahaan penyedia layanan telekomunikasi seluler lainnya dalam upaya meningkatkan kualitas layanan.

## PEMBAHASAN

### Model *Importance-Satisfaction* (I-S)

Model I-S merupakan modifikasi dari model *Importance-Performance Analysis* (IPA) yang telah dikembangkan oleh James dan Martilla (1977). Analisis IPA digunakan membandingkan penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan (*importance*) terhadap kualitas layanan dengan tingkat kinerja layanan (*performance*). Hasil penilaian tersebut digambarkan dalam sebuah diagram yang kemudian dikenal dengan Diagram Cartesius atau *Importance-Performance Matrix* dengan sumbu X adalah tingkat kinerja (*performance*) dan sumbu Y adalah tingkat kepentingan (*importance*). Rata-rata tingkat kinerja merupakan pembatas (*cut-off*) antara tingkat kinerja tinggi dengan tingkat kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan merupakan pembatas antara tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah. Diagram Cartesius seperti tersaji pada gambar 1 memuat 4 kuadran, yaitu: kuadran 1 (*low priority*), kuadran 2 (*concentrate here*), kuadran 3 (*keep up the goodwork*), dan kuadran 4 (*possible overkill*).

**Gambar 1: Diagram Cartesius**

Rata-rata	Kuadran 2 <i>Concentrate Here</i>	Kuadran 3 <i>Keep up the Good Work</i>
	Kuadran 1 <i>Low Priority</i>	Kuadran 4 <i>Possible Overkill</i>
	Rata-rata <i>Performance</i>	

Sumber: James dan Martilla (1977)

Model *importance-performance* (I-S) merupakan model yang didasarkan struktur IPA dengan mengubah "*performance*" menjadi "*satisfaction*" (Tonge dan Moore, 2007). Model I-S akan membantu manajer dalam mengecek atribut-atribut

kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Model I-S juga digambarkan seperti diagram Cartesius ke dalam 4 kuadran (lihat gambar 2), yaitu: kuadran 1 (*carefree area*), kuadran 2 (*to be improved area*), kuadran 3 (*excellent area*) dan kuadran 4 (*surplus area*).

Membandingkan antara IPA dengan model I-S, di samping perubahan istilah “*performance*” menjadi “*satisfaction*”, sebenarnya hanya terdapat perbedaan nama untuk setiap kuadran, namun esensi dari makna dari setiap diagram tidak berbeda, yaitu:

- Kuadran 1 *low priority* diganti dengan *carefree are*, tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen masih rendah, sehingga manajer tidak perlu berlebihan dalam memperhatikan item-item layanan yang tidak dinilai penting oleh konsumen.
- Kuadran 2 *concentrate here* diganti dengan *to be improved area*, tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan yang tinggi, sedangkan kepuasan konsumen rendah, sehingga item-item kualitas layanan harus segera diperbaiki.
- Kuadran 3 *keep up the good work* diganti *excellent area*, tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen yang tinggi, sehingga harus dipertahankan.
- Kuadran 4 *possible overkill* diganti *surplus area*, mengandung item-item kualitas layanan dengan tingkat kepentingan rendah, sedangkan kepuasan konsumen tinggi, sehingga manajer harus menyesuaikan sumber daya agar tidak terjadi kelebihan layanan.

**Gambar 2: Model *Importance-Satisfaction***

Rata-rata	Kuadran 2 <i>To be improved area</i>	Kuadran 3 <i>Excellent area</i>
	Kuadran 1 <i>Carefree area</i>	Kuadran 4 <i>Surplus area</i>

Sumber: Tonge dan Moore (2007) Rata-rata  
*Satisfaction*

## Metode Penelitian

### a. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang diadopsi dari kuisisioner Negi (2009) yang telah digunakan untuk penelitian kualitas layanan telekomunikasi seluler di Ethiopia, yaitu modifikasi SERVQUAL yang terdiri dari 27 item yang dikelompokkan menjadi 7 dimensi seperti tersaji pada tabel 1. Untuk

menilai kualitas layanan, responden disediakan jawaban tertutup dengan skala Likert 1 – 5.

**Tabel 1: Dimensi dan Item Kualitas Layanan Telekomunikasi Seluler**

No.	Item Kualitas Layanan	Dimensi
1.	<i>Service provider will have up-to-date equipment</i>	<i>Tangibles</i>
2.	<i>The physical facilities at service provider will be visually appealing</i>	
3.	<i>Employees will be well dressed and appear neat</i>	
4.	<i>The appearance of the physical facilities will be in line with the type of services provided</i>	
5.	<i>When the service provider promises to do something by a certain time, it will do so</i>	<i>Reliability</i>
6.	<i>When a customer has a problem, service provider will show a sincere interest in solving it</i>	
7.	<i>Service provider will be dependable</i>	
8.	<i>Service provider will provide its services at the time it promises to do so</i>	
9.	<i>Service provider will keep its records accurately</i>	
10.	<i>Service provider will tell customers exactly when services be performed</i>	<i>Responsiveness</i>
11.	<i>Employees will give prompt service to customers</i>	
12.	<i>Employees will always be willing to help customers</i>	
13.	<i>Employees will never be too busy to respond to customers' request promptly</i>	
14.	<i>The behavior of employees will instill confidence in customers</i>	<i>Assurance</i>
15.	<i>Customers will feel assured that service requests are duly followed up</i>	
16.	<i>Employees providing services will be courteous</i>	
17.	<i>Employees will have the knowledge to answer customers' questions</i>	

18.	<i>Service provider will be expected to give individual attention to customers</i>	<i>Empathy</i>
19.	<i>It will not be unrealistic to expect employees (giving services) understand specific need of their customers</i>	
20.	<i>It will not be unrealistic to expect service provider to have customers' best interests at heart</i>	
21.	<i>Service provider will have operating hours convenient to all its customers</i>	
22.	<i>Service provider's network will have excellent voice quality</i>	<i>Network aspect</i>
23.	<i>Service provider will have wider network coverage</i>	
24.	<i>Service provider's network will support no call drops</i>	
25.	<i>Service provider will have sufficient offices in different geographic areas</i>	<i>Convenience</i>
26.	<i>Service provider will have toll-free numbers, websites etc. for clarification of problems, knowing account status etc. by customers</i>	
27.	<i>It will be easy to get scratch cards from or pay bill to the service provider</i>	

Sumber: Negi (2009)

#### **b. Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan telekomunikasi seluler adalah model *Importance-Satisfaction* yang telah diujicobakan oleh Tonge dan Moore (2007) seperti telah disajikan pada gambar 2.

### **Hasil Penelitian**

#### **a. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan telekomunikasi seluler yang disediakan PT Indosat Tbk di Yogyakarta. Penentuan jumlah sampel mengacu pendapat Malhotra (1993) yang memberikan panduan ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5, atau 5x jumlah variabel sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 orang yang merupakan pelanggan Indosat yang sudah menggunakan layanan minimal satu tahun.

Profil responden seperti tersaji pada tabel 1 adalah pria sebesar 65% dan wanita 35%, usia kurang dari 20 tahun sebesar 16%, 20 – 29 tahun ada 28%, 30 – 39 tahun sebanyak 24%, 40 – 49 tahun sebanyak 20%, dan 50 tahun ke atas sebesar 12% dengan status perkawinan 44% kawin dan 56%. Kualifikasi reponden 39%

SMA sederajat, 41% D3/S1, dan 20% pascasarjana. Jenis pekerjaan sebagian besar adalah pegawai swasta 48%, diikuti PNS 22%, wiraswasta 17%, dan pelajar/mahasiswa 13%. Penghasilan responden paling banyak adalah antara 2.000.000,00 – 2.900.000,00 sebesar 37%, diikuti 3.000.000,00 – 3.900.000,00 sebesar 24%, 4.000.000,00 – 4.900.000,00 sebanyak 16%, kurang dari 2.000.000,00 sebanyak 13%, dan 5.000.000,0 ke atas sebesar 10%.

**Tabel 1. Profil Responden**

Variabel	Deskripsi	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	65,00
	Wanita	35,00
Usia	Kurang dari 20 tahun	16,00
	20 – 29 tahun	28,00
	30 – 39 tahun	24,00
	40 – 49 tahun	20,00
	50 tahun ke atas	12,00
Status Perkawinan	Kawin	44,00
	Tidak Kawin	56,00
Kualifikasi Pendidikan	SMA sederajat	39,00
	D3/S1	41,00
	Pascasarjana	20,00
Jenis Pekerjaan	PNS	22,00
	Pegawai Swasta	48,00
	Wiraswasta	17,00
	Pelajar/Mahasiswa	13,00
Pendapatan Bulanan (RP)	Kurang dari 2.000.000,00	13,00
	2.000.000,00 – 2.900.000,00	37,00
	3.000.000,00 – 3.900.000,00	24,00
	4.000.000,00 – 4.900.000,00	16,00
	5.000.000,00 ke atas	10,00

**b. Deskripsi Data *Importance-Satisfaction***

1) *Importance* (Tingkat Kepentingan) Kualitas Layanan

Berdasar penilaian tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan, konsumen layanan telekomunikasi seluler menempatkan dimensi *tangibles* pada posisi pertama dengan skor 4,63, sedangkan dimensi *assurance* berada pada posisi paling bawah dengan skor 4,51. Secara umum tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan telekomunikasi seluler termasuk kategori sangat tinggi.

Tabel 2: Urutan Tingkat Kepentingan terhadap Kualitas Layanan

No.	Dimensi	Skor Rata-rata	Kategori
1.	<i>Tangibles</i>	4,63	Sangat Tinggi
2.	<i>Reliability</i>	4,62	Sangat Tinggi
3.	<i>Network aspect</i>	4,60	Sangat Tinggi
4.	<i>Convenience</i>	4,60	Sangat Tinggi
5.	<i>Empathy</i>	4,54	Sangat Tinggi
6.	<i>Responsiveness</i>	4,53	Sangat Tinggi
7.	<i>Assurance</i>	4,51	Sangat Tinggi
Rata-rata		4,58	Sangat Tinggi

2) *Satisfaction* (Tingkat Kepuasan) Kualitas Layanan

Berdasar tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan, secara umum konsumen menyatakan cukup puas terhadap kualitas layanan telekomunikasi seluler dengan skor 3,32. Dimensi kualitas layanan yang menempati posisi teratas adalah *network aspect* dengan skor 3,39 dan terendah *responsiveness* dengan skor 3,23. Berdasar tabel 3 bisa dicermati bahwa masing-masing dimensi memberikan kepuasan yang berimbang atau walaupun berbeda tetapi tidak begitu besar.



**Tabel 3: Satisfaction (Tingkat Kepuasan) terhadap Kualitas Layanan**

No.	Dimensi	Skor Rata-rata	Kategori
1.	<i>Network aspect</i>	3,39	Cukup
2.	<i>Tangibles</i>	3.38	Cukup
3.	<i>Assurance</i>	3.37	Cukup
4.	<i>Reliability</i>	3.30	Cukup
5.	<i>Empathy</i>	3.27	Cukup
6.	<i>Convenience</i>	3.27	Cukup
7.	<i>Responsiveness</i>	3.23	Cukup
Rata-rata		3,32	Cukup

**Analisis Model Importance-Satisfaction (I-S)**

Model I-S yang dibangun berdasar penilaian konsumen tentang tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan telekomunikasi seluler menempatkan 2 dimensi pada posisi *excellent area*, yaitu: *tangibles* dan *network aspect*, 2 dimensi berada pada posisi yang tidak menguntungkan dan harus diperbaiki/ditingkatkan (*to be improved area*), yaitu: *reliability* dan *convenience*. Sedangkan dimensi lain, yaitu: *responsiveness* dan *empathy* berada pada posisi *carefree area*, dimensi *assurance* berada pada posisi *surplus area*.

**Tabel 4: Model I-S Berdasar Dimensi Kualitas Layanan**

No.	Dimensi	I	S	Posisi pada Diagram I-S
1.	<i>Tangibles</i>	4,63	3,38	<i>Exellent Area</i>
2.	<i>Reliability</i>	4,62	3,30	<i>To be improved area</i>
3.	<i>Responsiveness</i>	4,53	3,23	<i>Carefree area</i>
4.	<i>Assurance</i>	4,56	3,27	<i>Surplus area</i>
5.	<i>Empathy</i>	4,54	3,27	<i>Carefree area</i>
6.	<i>Network aspect</i>	4,60	3,39	<i>Exellent area</i>
7.	<i>Convenience</i>	4,60	3,27	<i>To be improved area</i>

**a. Analisis Model I-S Berdasar Item Kualitas Layanan**

Meskipun dimensi *reliability* dan *convenience* merupakan dimensi yang harus diprioritaskan dalam perbaikan kualitas layanan, namun jika dilihat dari masing-masing item, terdapat 12 item yang harus diperbaiki, yaitu: item 3, 4 pada dimensi *tangibles*, item 5, 7, 8, 9 pada dimensi *reliability*, item 11 pada dimensi *responsiveness*, item 18, 20, 21 pada dimensi *responsiveness*, item 22 pada dimensi *network aspect*, dan item 26 pada dimensi *convenience*, seperti tersaji pada tabel 5. Satu-satunya dimensi kualitas layanan yang itemnya tidak termasuk untuk segera diperbaiki adalah dimensi *assurance*.

**Tabel 5: Model I-S Berdasar Item Kualitas Layanan**

Dimensi	No.	Item	I	S	Posisi pada Diagram I-S
<i>Tangibles</i>	3.	<i>Employees will be well dressed and appear neat</i>	5,0 0	3,3 0	<i>To be improved area</i>
	4.	<i>The appearance of the physical facilities will be in line with the type of services provided</i>	5,0 0	3,2 8	<i>To be improved area</i>
<i>Reliability</i>	5.	<i>When the service provider promises to do something by a certain time, it will do so</i>	5,0 0	3,3 0	<i>To be improved area</i>
		<i>Service provider will be dependable</i>			
	7.	<i>Service provider will provide its services at the time it promises to do so</i>	5,0 0	3,3 0	<i>To be improved area</i>
	8.	<i>Service provider will keep its records accurately</i>	5,0 0	3,3 0	<i>To be improved area</i>
		4,6 0	3,3 0		
<i>Responsiveness</i>	11.	<i>Employees will give prompt services to customers</i>	4,6 0	3,1 2	<i>To be improved area</i>

<i>Empathy</i>	18.	<i>Service provider will be expected to give individual attention to customers</i>	4,6 0	3,3 0	<i>To be improved area</i>
	20.	<i>It will not be unrealistic to expect service provider to have customers' best interests at heart</i>	4,6 0	3,2 0	<i>To be improved area</i>
	21.	<i>Service provider will have operating hours convenient to all its customers</i>	4,6 0	3,3 0	<i>To be improved area</i>
<i>Network aspect</i>	22.	<i>Service provider's network will have excellent voice quality</i>	4,6 0	3,2 6	<i>To be improved area</i>
<i>Convenience</i>	26.	<i>Service provider will have toll-free numbers, websites etc. for clarification of problems, knowing account status etc. by customers</i>	4,6 0	3,1 8	<i>To be improved area</i>

## KESIMPULAN

Perbaikan atau peningkatan kualitas layanan dalam perusahaan telekomunikasi seluler merupakan langkah strategis yang harus dilakukan perusahaan karena kualitas layanan memberikan kontribusi bagi peningkatan kinerja perusahaan, baik diukur dari kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, dan indikator kinerja organisasi yang lain, baik berkontribusi langsung maupun tidak langsung. Implikasi dari hubungan yang positif antara kualitas layanan dengan kinerja perusahaan, maka perusahaan layanan telekomunikasi seluler harus selalu melakukan pengukuran kualitas layanan secara kontinyu dan berkelanjutan.

PT Indosat Tbk sebagai salah satu penyedia layanan telekomunikasi seluler dituntut untuk melakukan hal yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap kualitas layanan sangat tinggi, sementara tingkat kepuasan konsumen masih dalam kategori cukup. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan PT Indosat Tbk masih harus ditingkatkan, terutama pada dimensi *reliability* dan *convenience*. Meskipun demikian, dimensi lain juga perlu ditingkatkan terutama pada item-item yang berada pada posisi *to be improved area*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arokiasamy, A.R.A. and Abdullah, A.G.K. (2013), "Service quality and customer satisfaction in the cellular telecommunication service provider in Malaysia", *International Refereed Research Journal*, Vol. IV. Issue 2. pp. 1-9.
- Erabaru.net, 7 Agustus 2014. *Begini Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Operator Seluler*.
- Hassan, M., Hassan, S., Nawaz, M.S. and Ibrahim (2013), "Measuring customer satisfaction through service fairness, service quality and price fairness perception: an empirical study of Pakistan mobile telecommunication sector", *Sci.Int. (Lahore)*, Vol. 25 (4). pp. 971-980.
- Hoffman, K.D. and Bateson, J.E.G. (2001), *Essentials of Service Marketing*, The Dryden Press, Hinsdale, IL.
- James, J. and Martilla, J. (1977), "Importance-performance analysis", *Journal of Marketing*, Vol. 41. No. 1.
- Johnson, William C. and Sirikit, A. (2002), "Service quality in the Thai telecommunication industry: a tool for achieving a sustainable competitive advantage", *Management Decision*, Vol. 40. No. 7/8. pp. 693-701.
- KOMPAS.com, 4 Juni 2014. *Pengguna "Mobile" Lampau Penduduk Dunia*.
- Malhotra K. Naresh. 1993. *Marketing Research An Applied Orientation*, second edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey.
- Negi, Rakshit (2009), "User's perceived service quality of mobile communications: experience from Ethiopia", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 26. No. 7. pp 699-711.
- Tonge, J. and Moore, S.A. (2007), "Importance-satisfaction analysis for marine-park hinterlands: a Western Australian case study. *Tourism Manage*, Vol. 28. pp. 768-776.
- Tyran, C.K. and Ross, S.C. (2006), "Service quality expectations and perceptions: user SERVQUAL instrument for requirements analysis. *Issues in Information Systems*, Vol. 7, No. 1. pp. 357-335.
- VIVAnews, 13 Juni 2014. *Pengguna Ponsel di Indonesia Lampau Penduduk*.
- Wang, Y., Lo, H.P. and Yang, Y (2004), "An integrated framework for service quality, customer value, satisfaction: evidence from China's telecommunication industry", *International Systems Frontiers*, Vol. 6. No. 4. pp. 325-340.